

# **BACHELORARBEIT**

**Kimberly Nick**

Public Viewing als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit am  
Beispiel des Veranstalters FC Ingolstadt 04.  
Eine Medieninhaltsanalyse der regionalen  
Tageszeitung Donaukurier.

Public Screening as an instrument of public relations using  
the example of an event organized by FC Ingolstadt 04  
A media content analysis of the reporting by the regional  
daily newspaper Donaukurier.

**2011**

Fakultät Medien

# **BACHELORARBEIT**

Public Viewing als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit am Beispiel des  
Veranstalters FC Ingolstadt 04. Eine Medieninhaltsanalyse der  
regionalen Tageszeitung Donaukurier.

Autor:

**Kimberly Nick**

Studiengang:

**Angewandte Medienwirtschaft**

Seminargruppe:

**AMJ2B07w**

Erstprüfer:

**Prof. Dr. Ludwig Hilmer**

Zweitprüfer:

**Prof. Dr. Otto Altendorfer**

**Ingolstadt, Februar 2011**

Nick, Kimberly:

Public Viewing als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit am Beispiel des Veranstalters FC Ingolstadt 04. Eine Medieninhaltsanalyse der regionalen Tageszeitung Donaukurier.

2011- 60 Seiten

Ingolstadt, Hochschule Mittweida (FH), Fachbereich Medien,  
Bachelorarbeit

#### Referat

Diese Arbeit untersucht die vom Zeitraum des 01.01.2010 bis zum 31.07.2010 erschienen Artikel der regionalen Tageszeitung Donaukurier, zum Thema Public Viewing auf dem Ingolstädter Rathausplatz. Besonderen Fokus wird auf den Veranstalter FC Ingolstadt 04 gelegt und dessen mediale Präsenz als Ausrichter dieses Events. Ziel der Arbeit ist es, Erkenntnisse über die Berichterstattung des Donaukuriere diesbezüglich zu gewinnen.

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einführung</b>	Seite 7
1.1 <i>Public Viewing in Deutschland</i>	Seite 7
1.2 <i>Public Viewing in Ingolstadt</i>	Seite 7
1.2.1 <i>Public Viewing 2006</i>	Seite 8
1.2.2 <i>Public Viewing 2008</i>	Seite 11
1.2.3 <i>Public Viewing 2010</i>	Seite 13
1.3 <i>Der FC Ingolstadt 04</i>	Seite 14
1.4 <i>Die Vorgeschichte des FC Ingolstadt 04</i>	Seite 16
1.5 <i>Der Donaukurier – Ingolstadts Tageszeitung</i>	Seite 17
<b>2. Medieninhaltsanalyse</b>	Seite 19
2.1 <i>Die Bedeutung einer Medieninhaltsanalyse für den FC Ingolstadt 04</i>	Seite 19
2.2 <i>Methoden und Ziele der Inhaltsanalyse</i>	Seite 20
2.3 <i>Material und Vorgehensweise</i>	Seite 22
<b>3. Auswertung</b>	Seite 22
3.1 <i>Quantitative Analyse</i>	Seite 23
3.1.1 <i>Anteile des FC Ingolstadt 04 an der Berichterstattung</i>	Seite 23
3.1.2 <i>Personengruppen</i>	Seite 24
3.1.3 <i>Länge der Artikel</i>	Seite 26
3.2 <i>Qualitative Analyse</i>	Seite 27
3.2.1 <i>Das Public Viewing 2010 findet nicht statt</i>	Seite 27
3.2.2 <i>Die Audi AG wird das Public Viewing nicht Sponsern</i>	Seite 27
3.2.3 <i>Enttäuschung der Bevölkerung</i>	Seite 28
3.2.4 <i>Die Stadt Ingolstadt sucht einen Veranstalter</i>	Seite 29
3.2.5 <i>Erleichterung über das Stattfinden des Public Viewings</i>	Seite 29
3.2.6 <i>Das Angebot des FC Ingolstadt 04 als Ausrichter</i>	Seite 30

3.2.7 Probleme vergangener Public Viewing Veranstaltungen .....	Seite 31
3.2.8 Beschwerden der Anwohner .....	Seite 31
3.2.9 Problemmanagement der Veranstalter .....	Seite 33
3.2.10 Sonstige Probleme .....	Seite 33
3.2.11 Der Ablauf der Veranstaltungen auf dem Rathausplatz .....	Seite 34
3.2.12 Public Viewing im Audi Sportpark .....	Seite 35
3.2.13 Medieninhalte während der Welt- Meisterschaft .....	Seite 36
3.2.13.1 Fußball .....	Seite 36
3.2.13.2 Fans beim Public Viewing .....	Seite 37
3.2.13.3 Public Viewing an anderen Orten in Ingolstadt und Umgebung .....	Seite 37
3.2.14 Die Inhalte der Berichterstattung über die verschiedenen Zeiträume .....	Seite 38
3.2.14.1 Inhalte vom 01.01.2010 bis zum 25.03.2010 .....	Seite 39
3.2.14.2 Inhalte vom 26.03.2010 bis zum 10.06.2010 .....	Seite 39
3.2.14.3 Inhalte vom 11.06.2010 bis zum 31.07.2010 .....	Seite 41
 <b>4. Resümee</b> .....	 Seite 42
3.1 Themenfindung .....	Seite 44
3.2 Die Berichterstattung über den FC Ingolstadt 04 .....	Seite 45
3.3 Weiterentwicklung .....	Seite 47

## **Abbilungs- und Tabellenverzeichnis**

Abb. 1: Das Verbreitungsgebiet des Donaukuriers (2008) .....	Seite 18
Abb. 2: Tabelle Zeilenzahl .....	Seite 23
Abb.3: Vorkommen FC 04 * Erscheinungszeitraum Kreuztabelle .....	Seite 24
Abb.4: Vorkommen der verschiedenen Personengruppen .....	Seite 25
Abb.5: Durchschnittliche Zeilenanzahl der Artikel .....	Seite 26
Abb.6: Die Themen während des ersten Zeitraums im Überblick .....	Seite 39
Abb.7: Die Themen während des zweiten Zeitraums im Überblick .....	Seite 41
Abb.8: Die Themen während des dritten Zeitraums im Überblick .....	Seite 42

## **1.Einführung**

### **1.1 Public Viewing in Deutschland<sup>1</sup>**

Seit der Fußball Weltmeisterschaft 2006 ist Public Viewing in Deutschland zum kulturellen Großereignis geworden. Die 3,2 Millionen Eintrittskarten für die WM in Deutschland waren schnell vergriffen, Millionen Fans gingen leer aus. Doch eine Alternative zum Stadionbesuch war schnell gefunden: In den zwölf Austragungsstädten der Fußballweltmeisterschaft wurden die Spiele auf Großbildleinwänden bei den sogenannten FIFA-Fan-Festen übertragen. Diesem Beispiel folgten etwa 200 weitere Standorte in ganz Deutschland. Insgesamt verfolgten hierzulande 25 Millionen Menschen die Weltmeisterschaft 2006 bei Public Viewing Veranstaltungen.<sup>2</sup>

Das kollektive Schauen von Fußballspielen an öffentlichen Plätzen wurde vom Phänomen zum festen Bestandteil der Fußballkultur und so wurden auch während der Fußball Europameisterschaft 2008 in vielen deutschen Städten die LED Großbildschirme aufgebaut.

### **Public Viewing in Ingolstadt**

Seine Geburtsstunde erlebte das Ingolstädter Public Viewing, wie vergleichbare Veranstaltungen in vielen anderen deutschen Städten, am 9. Juni 2006 zum Beginn der Fußball Weltmeisterschaft.

---

<sup>1</sup>Begriffserklärung: Public-Viewing (oder auch Public Viewing) ist ein Scheinanglizismus, im englischen Sprachgebrauch existiert der Begriff überhaupt nicht. Die Amerikaner bezeichnen damit die Aufbahrung eines Toten. Das Wort „public“ bedeuten übersetzt „öffentlich“ oder „allgemein“, „viewing“ heißt im Deutschen „Inaugenscheinnahme“.

<sup>2</sup>Vgl Schulke: Fan und Flaneur

## **Public Viewing 2006**

Als Veranstalter fungierten im Jahre 2006 die Stadt Ingolstadt und Automobilhersteller Audi. Man einigte sich auf den Ingolstädter Rathausplatz als Veranstaltungsort.

Mit einem umfangreichen Rahmenprogramm und prominenten Moderatoren, wie beispielsweise Sportmoderator Jörg Wontorra und die Kabarettisten Chris Boettcher und Karl Auer wurde das Public Viewing dem Publikum nahe gebracht. Auf der 28 Quadratmeter großen LED-Leinwand konnten die Fußballbegeisterten die Spiele verfolgen.<sup>3</sup>

Bewirtet wurden die Besucher des Public Viewings von Gastronom Lorenz Stiftl.<sup>4</sup> Bei diesem ersten Public Viewing gab es für die Veranstalter noch viel zu lernen. Zum Eröffnungsspiel der Fußball WM 2006 bot die eingezäunte Public-Viewing-Area gerade einmal Platz für etwa 1200 Fußballfans. Weitere 2000 Fans wollten das Spiel auf dem Rathausplatz verfolgen. Doch bereits einige Stunden vor Anpfiff waren alle Plätze besetzt und so mussten die übrigen Fußballfans das Spiel hinter dem Zaun verfolgen.

---

<sup>3</sup> Vgl.: König, Stefan: Audi und Stadt spielen in einem Team. In: Donaukurier, 16.03.2010

<sup>4</sup> Vgl.: König, Stefan, in: Donaukurier, 16.03.2010 und Stückle, Ruth, in: Donaukurier, 07.06.2006



Die Stadt Ingolstadt reagierte sofort. Der Busverkehr, der in Ingolstadt am Rathausplatz vorbei führt wurde umgeleitet, die Straße gesperrt. Der Zaun konnte so um einige Meter verschoben werden und der Rathausplatz bot nun circa 2000 Besuchern Platz.<sup>5</sup> „Der Ansturm beim ersten Spiel hat uns alle überrascht. Jetzt wollen wir dafür sorgen, dass möglichst viele Fans das Spiel sehen können.“<sup>6</sup> sagte Albert Schneider vom Ingolstädter Kulturstadtrat vor dem Vorrundenspiel der deutschen Nationalmannschaft gegen Polen.

Die SPD-Stadtratsfraktion brachte daraufhin den Vorschlag das Public Viewing auf den Ingolstädter Volksfestplatz zu verlegen, der Schätzungen zufolge bis zu 20.000 Menschen Platz bieten würde. Dieser Vorschlag wurde in Ingolstadt seitdem oft aufgegriffen. Bis heute allerdings ohne Erfolg.<sup>7</sup>

Der Ausdehnung des Public Viewings am Rathausplatz gegenüber missgestimmt, zeigten sich die Ingolstädter Altstadtwirte. Aus Angst vor ausbleibenden Gästen schlossen sich etwa 30 Gastronomen und Hoteliers der Ingolstädter Innenstadt zusammen und forderten zukünftig in die Planungen der Stadt bezüglich des Public Viewings mit eingeschlossen zu werden. Entweder, so die Altstadtwirte, solle es bei weiteren Veranstaltungen dieser Art keine Bewirtung vor Ort mehr geben oder von den ansässigen Gastronomen übernommen werden.<sup>8</sup>

Ingolstadts Oberbürgermeister Alfred Lehmann zeigte Verständnis und versprach die Gastronomen und Hoteliers bei einem nächsten Public Viewing zu berücksichtigen. Allerdings stellte er auch klar: "Es gibt hier

---

<sup>5</sup> Vgl.: König, Stefan, in: Donaukurier, 11.06.2010

<sup>6</sup> König, Stefan, in: Donaukurier, 11.06.2010

<sup>7</sup> Vgl.:Silvester, Christian, in: Donaukurier, 30.04.2010, 21

<sup>8</sup>Schwarzott, Martin, in: Donaukurier, 21.06.2006

keine Exklusivverträge. Jeder, der mit einem vernünftigen Angebot kommt, ist uns herzlich willkommen."<sup>9</sup>

Audi-Vorstandsmitglied Andreas Schleef<sup>10</sup> sprach ein Fazit im Namen der Audi AG, des zweiten Veranstalters, aus: Der große Erfolg des Public Viewings auf dem Rathausplatz bedeute für die Stadt einen beachtlichen Schritt nach vorne in Richtung Großstadtfair und sei "ein weiterer Mosaikstein in der Meinungsbildung, dass es sich in Ingolstadt gut leben und feiern lässt".<sup>11</sup>

Kritische Stimmen zum Public Viewing kamen erst im November 2006 wieder auf. Die Euphorie der Weltmeisterschaft war verschwunden, das Sommermärchen vorbei. Der Marktausschuss der Stadt Ingolstadt beklagte einen Verlust der Stadt als Veranstalter des Public Viewings von 61.000 Euro. Ursprünglich hatte man mit einem Defizit von 25.000 Euro gerechnet. Entstanden seien diese Mehrkosten durch die erhöhte Besucherzahl, so Kulturreferent Gabriel Engert.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup>Schmatloch, Michael, in: Donaukurier 10.07.2006

<sup>10</sup>Dr. h.c. Andreas Schleef war Vorstandsmitglied der Audi-AG. Nach seinem Ruhestand hat er Ehrenämter inne, beispielsweise ist er Gründungsmitglied und stellvertretender Vorstandsvorsitzender des FC Ingolstadt 04

<sup>11</sup>Schmatloch, Michael, in: Donaukurier 10.07.2006

<sup>12</sup>Donaukurier: WM-Schau hat ein Nachspiel. 21.11.2006

Die Stadt hatte vor Beginn der Weltmeisterschaft mit etwa eintausend Besuchern pro Spiel gerechnet. Tatsächlich waren es aber bis zu fünftausend Fußballfans bei Spielen der deutschen Nationalmannschaft. Die Konsequenzen waren erhöhte Kosten für beispielsweise das Bayerische Rote Kreuz, Organisation und Durchführung. Die LED Leinwand wurde von der Audi AG bereitgestellt und die Firma Stiftl, die für die Bewirtung der Gäste zuständig war, trug Kosten von etwa einhunderttausend Euro und bezahlte beispielsweise auch den Sicherheitsdienst und Ordnungskräfte.<sup>13</sup>

Die Kosten für die Stadt sorgten bei der SPD für Aufregung. Fraktionsvorsitzender Manfred Schuhmann forderte eine genaue Offenlegung der Verträge zwischen der Stadt Ingolstadt und Lorenz Stiftl.<sup>14</sup>

### **Public Viewing 2008**

Zwei Jahre nach der Fußballweltmeisterschaft in Deutschland war die Begeisterung für das gemeinsame Fußball Schauen in der Öffentlichkeit in Ingolstadt keinesfalls verringert. Auch zur Europameisterschaft in Österreich und der Schweiz sollte ein Public Viewing auf dem Rathausplatz stattfinden. Wie von Oberbürgermeister Alfred Lehmann 2006 angekündigt, sollten auch die Altstadtwirte die Möglichkeit zur Teilhabe am Public Viewing erhalten.<sup>15</sup> Nach einer öffentlichen Ausschreibung der Stadt Ingolstadt zur Bewirtung der Fußballfans am Rathausplatz, sicherte sich das Wirtes Trio der EKM GbR<sup>16</sup> den Auftrag und erhielt den Vorzug vor Lorenz Stiftl.

---

<sup>13</sup>Vgl.: Donaukurier: WM-Schau hat ein Nachspiel. 21.11.2006

<sup>14</sup>Vgl.: Donaukurier: WM-Schau hat ein Nachspiel. 21.11.2006

<sup>15</sup>Vgl.: Schmatloch, Michael, in: Donaukurier 10.07.2006

<sup>16</sup>Manfred Enzersberger vom Restaurant im Stadttheater Ingolstadt, Eugen Kloos vom Cafe Moritz und Harald Mödl von der Antoniussschwaige gründeten diese Gesellschaft extra für die Veranstaltung des Public Viewings. Der Name setzt sich aus den Anfangsbuchstaben der Namen der Gesellschafter zusammen.

Im Gegensatz zur Übertragung der Fußballweltmeisterschaft 2006 wollten die Veranstalter in diesem Jahr weniger Wert auf Unterhaltung legen und deshalb auf Bands und Bühnenshows verzichten.<sup>17</sup> Der Fußball solle wieder mehr im Mittelpunkt stehen, so der Kulturreferent der Stadt Ingolstadt Gabriel Engert.<sup>18</sup> Wie 2006 übernahm die Audi AG die Finanzierung für die große LED Leinwand und die Stadt Ingolstadt übernahm mit der EKM GbR die Veranstaltung des Public Viewings.

---

<sup>17</sup>Vgl.: Rehberger, Christian, in: Donaukurier, 14.03.2008

<sup>18</sup>Rehberger, Christian, in: Donaukurier, 14.03.2008

## Public Viewing 2010

„WM-Spektakel auf dem Rathausplatz fällt heuer wohl aus“<sup>19</sup>, „Kein Geld für Public Viewing“<sup>20</sup> oder „Die Stadt zieht den Stecker“<sup>21</sup> und „Der WM Ball rollt am Rathausplatz vorbei“<sup>22</sup>, titelten die Berichte der Ingolstädter Tageszeitung Donaukurier ein halbes Jahr vor Beginn der Fußballweltmeisterschaft 2010 in Südafrika. Mit dem Hinweis auf die angespannte Finanzlage gab die Stadt bekannt 2010 nicht als Veranstalter des Public-Viewings auftreten zu wollen.<sup>23</sup>

Gleichzeitig gab auch die Audi AG ihr Ausscheiden als Sponsor bekannt. "Die Europameisterschaft vor zwei Jahren hat uns fast einen sechsstelligen Betrag gekostet", begründet dies Kulturreferent Gabriel Engert und fügt erklärend hinzu: "Es ist auch kein Sponsor in Sicht." Besonders die Übertragungsrechte sowie die Kosten für die Stadtreinigung seien der Stadt teuer zu Buche geschlagen.<sup>24</sup> Der Pressesprecher der Audi AG, Christoph Lungwitz, ergänzt: "In diesem Jahr haben wir kein Public Viewing in unseren Planungen vorgesehen. Das Geld stecken wir dafür in kulturelle Projekte."<sup>25</sup>

---

<sup>19</sup>Silvester, Christian, in: Donaukurier, 13.01.2010, 19

<sup>20</sup>Donaukurier, 13.01.2010, 1

<sup>21</sup>Silvester, Christian, in: Donaukurier, 13.01.2010, 19

<sup>22</sup>Rehberger, Christian, in: Donaukurier, 11.02.2010, 29

<sup>23</sup>Silvester, Christian, in: Donaukurier, 13.01.2010, 19

<sup>24</sup>Vgl.: Silvester, Christian, in: Donaukurier, 13.01.2010, 19

<sup>25</sup>Silvester, Christian, in: Donaukurier, 13.01.2010, 19

Die Stadt Ingolstadt forderte daraufhin potentielle Veranstalter auf ihre Konzepte bis Mitte Februar 2010 der Stadtverwaltung vorzustellen. Zunächst meldeten sich aber keine Interessenten. In der Ingolstädter Bevölkerung kam es zu Protesten. Die neu gegründete Facebook-Gruppe „Pro Public-Viewing auf dem Ingolstädter Rathausplatz“ fand großen Zuspruch und hatte innerhalb weniger Tage mehr als 2000 Mitglieder.<sup>26</sup>

Es wurde weiter nach Lösungen gesucht. Die Finanzierung des Public Viewings sollte beispielsweise durch Eintrittsgelder der Besucher garantiert werden, doch der stellvertretende Kulturreferent Jürgen Köhler machte die Problematik dieser Idee deutlich: „Wenn es zu einer kommerziellen Veranstaltung mit Eintritt kommt, dann würden die ohnehin schon teuren Lizenzkosten der Fifa um ein vielfaches höher ausfallen.“<sup>27</sup>

Am 24. März 2010 gab der Ingolstädter Oberbürgermeister Alfred Lehmann dann bekannt: „Ich gehe davon aus, dass ein Public Viewing stattfindet“<sup>28</sup> und berichtete, dass sich doch zwei mögliche Veranstalter für das Public Viewing bei der Stadt beworben hätten. Zum einen der FC Ingolstadt 04 gemeinsam mit dem Wirt Lorenz Stiftl und zum anderen die EKM GbR, die das Public Viewing 2008 bewirtet hatte.

### **Der FC Ingolstadt 04**

Um verstehen zu können, warum es für den FC Ingolstadt 04 wichtig war das Ingolstädter Public Viewing veranstalten zu dürfen, muss man die Geschichte des Vereins und die Beziehung der Ingolstädter Bevölkerung zu diesem Fußballclub einer genaueren Betrachtung unterziehen.

---

<sup>26</sup>Vgl.: Rehberger, Christian, in: Donaukurier, 11.02.2010, 29

<sup>27</sup>Rehberger, Christian, in: Donaukurier, 11.02.2010, 29

<sup>28</sup>Schwarzott, Martin, in: Donaukurier, 26.03.2010, 23

Der FC Ingolstadt 04 wurde 2004 gegründet und ist somit ein sehr junger Verein. Entstanden ist er durch die Fusion der Fußballabteilungen der beiden Ingolstädter Sportvereine MTV 1881 Ingolstadt und TSV Ingolstadt.

Die erste Saison nach seiner Gründung, spielte der FC Ingolstadt 04 in der Bayernliga. Schon zwei Jahre später schaffte der Verein den Aufstieg in die Regionalliga Süd. Nach nur einer Saison in der Regionalliga gelang der überraschende Aufstieg in die 2. Bundesliga. Nach einer Saison in der zweithöchsten deutschen Spielklasse stieg der FC Ingolstadt 04 in die neu gegründete 3. Liga ab, schaffte aber in der Saison 2009/2010 den sofortigen Wiederaufstieg.<sup>29</sup>

Da der sportliche Erfolg schneller als erwartet kam war die Infrastruktur des Vereins 2008 noch nicht auf die 2. Bundesliga vorbereitet. Der Verein wechselte vom MTV Stadion in das, für zwei Millionen Euro renovierte und umgebaute Tuja-Stadion<sup>30</sup>, um die Lizenz des DFBs<sup>31</sup> für die 2. Bundesliga zu erhalten. Im Juni 2009 wurde der Grundstein für den Audi Sportpark, das neue Stadion des FC Ingolstadt 04, gelegt. Etwa ein Jahr später, am 24. Juli 2010 feierte das 25 Millionen<sup>32</sup> teure Stadion Eröffnung.<sup>33</sup>

---

<sup>29</sup>Vgl.: <http://www.fcingolstadt.de/index.php?id=12>

<sup>30</sup>Ehemals ESV Stadion, Namensrechte wurde an die Tuja Zeitarbeit GmbH verkauft

<sup>31</sup>DFB ist die Abkürzung für Deutscher Fußballbund

<sup>32</sup>Die Finanzierung des Audi Sportparks: Fünf Millionen Euro erhielt der Verein durch den Verkauf der Namensrechte an die Audi AG. Für die anderen 20 Millionen Euro ist die Stadt Ingolstadt als Bürge eingetreten. Der Verein bezahlt jedoch den kompletten Betrag selber ab. Jährlich zwei Millionen Euro.

<sup>33</sup>Vgl.: <http://www.fcingolstadt.de/index.php?id=12> und [www.audisportpark.de](http://www.audisportpark.de)

## Die Vorgeschichte des FC Ingolstadt 04

Wie bereits erwähnt, ist der Fußballclub ein sehr junger Verein, der durch die Fusion der Fußballabteilungen zweier Ingolstädter Sportvereine entstand. Diese Sportvereine, der MTV 1881 Ingolstadt und der TSV Ingolstadt, sind Traditionsvereine in Ingolstadt und stehen seit vielen Jahren in großer Konkurrenz zueinander. Die Fangemeinde des FC Ingolstadt 04 sollte sich aus den Anhängern dieser antipathischen Vereine zusammensetzen.

Der neu gegründete Verein hatte also dieses Problem zu bewältigen und musste sich gleichzeitig mit vielen großen Fußballvereinen in der Region messen. Die Konkurrenz für den FC Ingolstadt 04 ist groß. Erfolgreiche und traditionsreiche Vereine wie der 1. FC Nürnberg, der FC Augsburg, der TSV 1860 München und besonders der FC Bayern München locken die Ingolstädter Fußballfans in die eigenen Stadien.

Seit den achtziger Jahren war der Ingolstädter Fußball nicht mehr bundesweit vertreten und so hatten sich die Fußballbegeisterten in Ingolstadt anderen bayerischen Vereinen zugewandt. Deshalb kämpft der Verein auch heute noch um jeden Zuschauer und bemühte sich als Veranstalter des Public Viewings um eine positive Außendarstellung. Die Zuschauerzahlen der aktuellen Saison 2010/2011 legen den Schluss nahe, dass die Maßnahmen des Vereins erfolgreich sind. Der Verein konnte seinen Zuschauerschnitt von etwa 5.900 Zuschauern in der ersten Saison in der 2. Bundesliga, auf einen Schnitt von 7.563 Zuschauern in den ersten zehn Heimspielen der Saison 2010/2011 steigern. Ein Mehr von fast 30 Prozent.<sup>34</sup> Der Geschäftsführer der FC Ingolstadt 04 Fussball GmbH, Franz Spitzauer sieht diese Entwicklung

---

<sup>34</sup>Vgl.:

[http://www.fcingolstadt.de/index.php?id=122&tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=3724&cHash=689adaf0f51ae4a993f1458c409105c0](http://www.fcingolstadt.de/index.php?id=122&tx_ttnews[tt_news]=3724&cHash=689adaf0f51ae4a993f1458c409105c0)



sehr positiv.“ Mit dem Schnitt von 7.563 bewegen wir uns in dem von uns kalkulierten Rahmen. Das Ranking stimmt uns positiv und spornt uns zudem an, diese tolle Entwicklung zusammen mit der Region Ingolstadt weiterhin voranzutreiben.“<sup>35</sup>

## **Der Donaukurier**

Die erste Ausgabe des Donaukuriers erschien am 11. Dezember 1945 mit dem Untertitel „Neue Zeitung für die Stadt und den Kreis Ingolstadt“ und einer Auflage von 18.000 Exemplaren. Im Jahr darauf erschienen mit den Ausgaben für Riedenburg/Eichstätt und Pfaffenhofen/Schrobenhausen die ersten Ableger des Donaukuriers für das Ingolstädter Umland, bis heute ist die Zahl der Lokalausgaben des Donaukuriers auf sieben Stück gestiegen, darunter der Eichstätter Kurier, die Aichacher Zeitung und der Pfaffenhofener Kurier.<sup>36</sup>

Nach einem Abwärtstrend in der Verbreitung und Leserschaft des Donaukuriers in den Neunzigerjahren, steigen die Absatzzahlen der einzigen Ingolstädter Tageszeitung wieder. Diese Entwicklung verläuft parallel zu dem Bevölkerungswachstum in Ingolstadt und Umgebung. Auch im bayernweiten Vergleich schneidet der Donaukurier positiv ab, denn im Schnitt sinkt die Gesamtauflage der bayerischen Tageszeitungen, die des Donaukuriers hingegen steigt. <sup>37</sup>

---

<sup>35</sup>

[http://www.fcingolstadt.de/index.php?id=122&tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=3724&cHash=689adaf0f51ae4a993f1458c409105c0](http://www.fcingolstadt.de/index.php?id=122&tx_ttnews[tt_news]=3724&cHash=689adaf0f51ae4a993f1458c409105c0)

<sup>36</sup>Vgl. Unternehmensdarstellung Donaukurier 2008

<sup>37</sup>Vgl. Unternehmensdarstellung Donaukurier 2008

Abb. 1: Das Verbreitungsgebiet des Donaukuriers (2008)<sup>38</sup>



„Durch eine Gesamtauflage von täglich rund 94.000 Exemplaren erreicht der DONAUKURIER mit 227.000 Lesern über 62 Prozent der deutschsprachigen Gesamtbevölkerung im Alter von über 14 Jahren in seinem Verbreitungsgebiet. Damit lesen fast drei von vier Personen den DONAUKURIER oder eine seiner Heimatausgaben.“<sup>39</sup>

<sup>38</sup> Unternehmensdarstellung Donaukurier 2008

<sup>39</sup> Unternehmensdarstellung Donaukurier 2008, Seite 3

84.200 Zeitungen der Gesamtauflage, also etwa 90 Prozent, werden an Abonnenten ausgeliefert, 4.100 Exemplare gehen in den Einzelverkauf. Der Donaukurier erscheint sechsmal in der Woche, eine Ausgabe hat im Durchschnitt 40 Seiten und „[...] wird im sogenannten Berliner Format gedruckt [...]“<sup>40</sup>, also 315 mm auf 470 mm.

Der Donaukurier unterhält insgesamt neun Geschäftsstellen<sup>41</sup> und zwölf Außenredaktionen, 86 Redakteure und mehrere Volontäre schreiben für die Tageszeitung.<sup>42</sup>

## **Medieninhaltsanalyse**

### **Die Bedeutung einer Medieninhaltsanalyse für den FC Ingolstadt 04**

Für den FC Ingolstadt 04 ist es von großer Wichtigkeit zu wissen wie öffentlichkeitswirksam das Veranstellen des Public Viewings 2010 auf den Ingolstädter Rathausplatz war. Zum einen, weil der Fußballverein bei der Zuschauer- und Fan-Bindung, sowie bei der Akquise von Sponsoren sehr auf die öffentliche Wahrnehmung des Fußballklubs angewiesen ist. Zum anderen möchte sich der Verein eventuell auch für zukünftige Veranstaltungen dieser Art bewerben.

Um den Verein und das neue Stadion, den Audi Sportpark, der als potentieller Austragungsort für folgende Public Viewings in Ingolstadt gilt, bestmöglich zu bewerben und positiv in den Köpfen der Menschen zu verankern ist eine positive Medienberichterstattung von enormer Bedeutung. Der Donaukurier ist die einzige Tageszeitung in Ingolstadt und trägt so maßgeblich zur Meinungsbildung der Ingolstädter

---

<sup>40</sup>Unternehmensdarstellung Donaukurier 2008, Seite 8

<sup>41</sup>Neben der Geschäftsstelle in Ingolstadt auch in: Beilngries, Eichstätt, Hilpoltstein, Kösching, Neuburg, Pfaffenhofen, Schrobenhausen und Wolnzach

<sup>42</sup>Vgl. Unternehmensdarstellung Donaukurier 2008

Bevölkerung bei. Medien, die vierte Gewalt- in Ingolstadt ist das, mit einer Auflage von rund 94.000 Zeitungen und somit etwa 227.000 Lesern<sup>43</sup> in seinem Verbreitungsgebiet fast ausschließlich der Donaukurier.

Deshalb ist für den FC Ingolstadt 04 eine Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung des Donaukuriers über das Public Viewing 2010 wichtig um ein Resümee und Konsequenzen für die eventuelle Ausrichtung eines weiteren Public Viewings ziehen zu können.

„Der stetige Austausch und die Zusammenarbeit mit den Redakteuren des Donaukuriers vor und während der Weltmeisterschaft 2010 war für den FC Ingolstadt 04 und unseren Partner Lorenz Stiftl ein wichtiger Bestandteil in der Vermarktung des Public Viewings. Als Fußballverein weiß man welche großen Auswirkungen negative Presse mit sich bringen kann und wie schnell eine positive Berichterstattung andererseits auch positive Stimmung verbreiten kann.“<sup>44</sup>, so Oliver Samwald, der Pressesprecher der FC Ingolstadt 04 Fussball GmbH.

Der FC Ingolstadt 04 sammelt und beobachtet, wie „(...) jede Organisation, deren öffentliche Wahrnehmung durch Presseberichte beeinflusst wird (...)“<sup>45</sup> diese Publikationen.

## **Methoden und Ziele der Inhaltsanalyse**

Für die Untersuchung der medialen Resonanz auf das Public Viewing 2010 in Ingolstadt wurde die Medieninhaltsanalyse gewählt. Die Medieninhaltsanalyse „(...) betrachtet in der Regel eine große Zahl von Botschaften vergleichbarer Natur, die sie auf darin auffindbare Muster

---

<sup>43</sup>Vgl. Unternehmensdarstellung\_122009.pdf

<sup>44</sup> Samwald, Oliver, Gespräch vom 14.11.2010

<sup>45</sup>Siehe: Krüger, Christian / Müller-Henning, Matthias prmagazin Ausgabe 3/ 2001 Medienresonanzanalyse als Instrument strategischer Kommunikation , Seite 35

und Tendenzen hin untersucht. Ihr Resultat speist sich nicht aus der individuellen Interpretation einer einzelnen medialen Botschaft(...) sondern aus der systematischen Analyse zahlreicher medialer Botschaften.<sup>46</sup>

Das Ziel der Medieninhaltsanalyse unterscheidet sich so von dem Zweck einer klassischen Inhaltsanalyse, sie versucht nicht ein „(...) möglichst umfassendes und tiefgehendes Verständnis des jeweiligen medialen Objekts zu erreichen. Vielmehr werden aus der Vielfalt der Objekte die wesentlichen Tendenzen herausdestilliert und so allgemeine oder verallgemeinerbare Aussagen ermöglicht – auch um den Preis, dass man jedem einzelnen Objekt nicht zur Gänze gerecht werden kann.“<sup>47</sup>

Bei der Untersuchung der Berichterstattung über das Public Viewing 2010 im Donaukurier waren sowohl qualitative Aspekte der medialen Berichterstattung, wie die verschiedenen Thematiken, die in den Artikeln behandelt wurden, als auch quantitative Merkmale, wie beispielsweise die Häufigkeit und der Umfang der Berichterstattung von Interesse. Dies ist bei der Inhaltsanalyse nicht ungewöhnlich, es „(...) können qualifizierende und quantifizierende Aspekte verschiedenen Phasen des Forschungsprozesses mit unterschiedlichem Stellenwert einfließen, fast immer wird es aber eine Kombination beider Vorgehensweisen sein.“<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup>Siehe Inhaltsanalyse, Patrick Rössler, Seite 16

<sup>47</sup>Siehe Inhaltsanalyse, Patrick Rössler, Seite 16

<sup>48</sup>Siehe Früh, Werner: Inhaltsanalyse Seite 230

## **Material und Vorgehensweise**

Untersucht wurden insgesamt 37 Artikel des Donaukuriers, die zwischen dem 01. Januar 2010 und dem 31. Juli 2010 erschienen sind. Mit Hilfe eines Codebuchs<sup>49</sup> wurden die verschiedenen Untersuchungseinheiten systematisch analysiert und anschließend mit dem Programm zur Datenanalyse (SPSS) ausgewertet.

Die erste Kategorisierung der Artikel erfolgte durch die Sortierung nach Erscheinungsdatum und die Einteilung in drei Zeiträume: Die Artikel vor dem 25. März 2010, also alle Artikel die verfasst wurden bevor der FC Ingolstadt 04 zum ersten Mal mit der Ausrichtung des Public Viewings in Verbindung gebracht wurde, bildeten die erste Gruppe. Zwischen dem 25. März 2010 und dem 10. Juni 2010 veröffentlichte Artikel, das heißt von dem Zeitpunkt der ersten Erwähnung des FC Ingolstadt 04 als Bewerber um die Ausrichtung, bis zum Eröffnungsspiel der Fußballweltmeisterschaft, waren die zweite Gruppe. Alle weiteren Artikel umfassten die dritte und letzte Gruppe.

## **3. Auswertung**

Die Auswertung teilt sich in zwei Kategorien: die quantitative Auswertung und die qualitative, themenbezogene Auswertung.

---

<sup>49</sup>Siehe Anhang

### 3.1 Quantitative Auswertung

Die 37 untersuchten Artikel umfassen insgesamt 3.526 Zeilen, davon geht es in 729 Zeilen um den FC Ingolstadt 04. Der Zweitligist nimmt also rund ein Fünftel der Berichterstattung über das Public Viewing am Ingolstädter Rathausplatz 2010 ein. Erwähnt wird der Verein in 19 Artikeln, dies entspricht 51,4 Prozent.

Abb. 2: Tabelle Zeilenzahl

	N	Minimum	Maximum	Summe	Mittelwert	Standardabweichung
Zeilen FC 04	37	0	95,00	729,00	19,7027	28,13249
Zeilen Gesamt	37	17,00	232,00	3526,00	95,2973	54,40683

#### 3.1.1 Anteile des FC Ingolstadt 04 an der Berichterstattung

Im ersten Zeitraum wurden sieben Artikel zum Thema Public Viewing veröffentlicht, in den beiden folgenden Zeitspannen jeweils 15 Artikel. Im ersten Abschnitt wird der FC Ingolstadt 04 nicht erwähnt, da er zu diesem Zeitpunkt noch nicht als potentieller Veranstalter in Erscheinung getreten war.

So muss man die ersten sieben Artikel bei der Betrachtung wie häufig über den Fußballverein berichtet wurde ausschließen. In den verbleibenden 30 Zeitungsberichten wird der FC Ingolstadt 04 in 63,3 Prozent erwähnt. Die Gesamtzahl aller Zeilen dieser Zeitabschnitte ist 2.932, der prozentuale Anteil des Vereins liegt dann bei einem Viertel.

Abb. :Vorkommen FC 04 * Erscheinungszeitraum Kreuztabelle					
		Ersch.Zeitraum			
		1	2	3	Gesamt
VorkommenFC Ingolstadt 04	kommt nicht vor	7	3	8	18
	kommt vor	0	12	7	19
Gesamt		7	15	15	37

### 3.1.2 Personengruppen

Des Weiteren wurde erfasst welche Personen, beziehungsweise Personengruppen in den Zeitungsberichten zu Wort kommen, das heißt also direkt oder indirekt zitiert werden oder ihre Meinung in Form eines Kommentars oder eines Leserbriefs abgedruckt wurde.

Die Personen wurden folgenden Gruppen zugeordnet: Vertreter des FC Ingolstadt 04, Vertreter der Stiftl GmbH, Leser des Donaukuriers (Leserbriefe), Vertreter der Stadt Ingolstadt (Oberbürgermeister Alfred Lehmann, Stadträte, Pressesprecher Gerd Treffer usw.), vom Public Viewing betroffene Personen (Besucher und Anwohner), Journalisten (Kommentar), andere Personen (beispielsweise Rettungssanitäter, Polizeisprecher usw.) und Vertreter des Gastronomen-Trios EMK GbR. Statistisch erfasst wurden ebenfalls die Artikel, in denen keine Person zitiert wird beziehungsweise niemand die persönliche Meinung veröffentlicht.

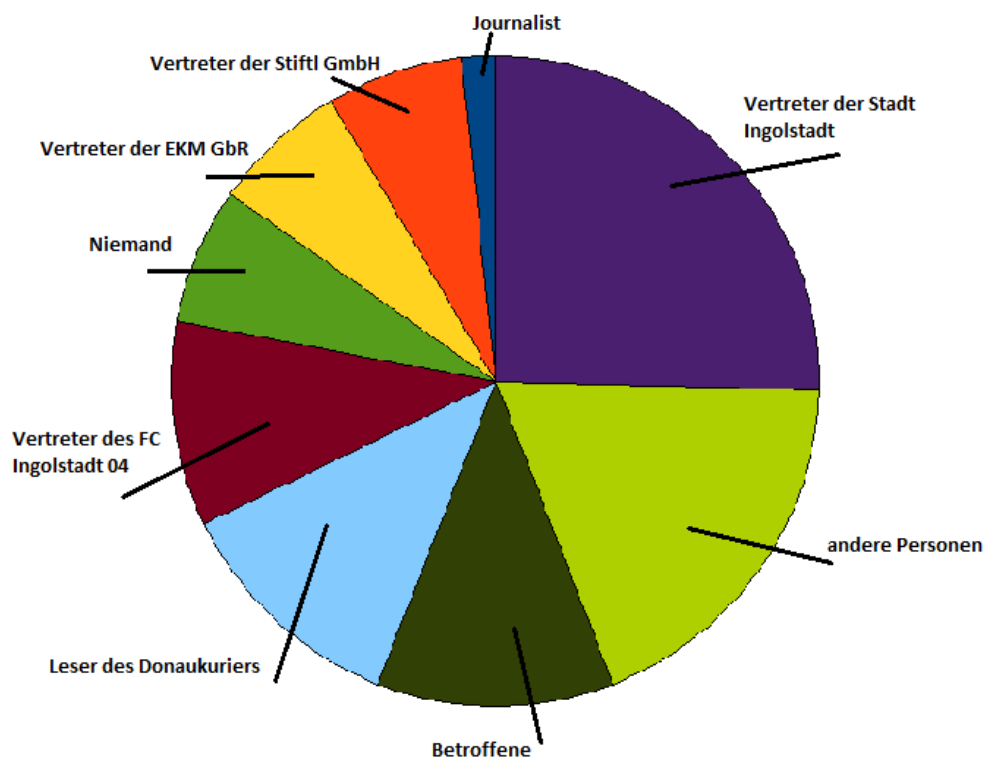
Am häufigsten wurden Vertreter der Stadt Ingolstadt zitiert, in 15 Artikeln wurden die Aussagen der Stadträte, Kulturreferenten oder des Oberbürgermeisters abgedruckt, oft kamen mehrere Vertreter der Stadt Ingolstadt in ein und demselben Artikel zu Wort. Besonders in der Phase des Suchens nach einem Veranstalter wurden die offiziellen



Vertreter der Stadt von den Redakteuren des Donaukuriers befragt. Betroffene und andere Personen werden jeweils siebenmal zitiert, die Aussagen der Vertreter des FC Ingolstadt 04 wurden in sechs Zeitungsberichten veröffentlicht. Lorenz Stiffl und andere Repräsentanten der Stiffl GmbH verschafften sich in vier Artikeln Gehör.

Vertreter des FC Ingolstadt 04 werden vergleichsweise häufig in den Artikeln zitiert. Ihnen wird so eine zentrale Position zugeschrieben und ihre Aussagen von den Redakteuren für entscheidend und wichtig erachtet.

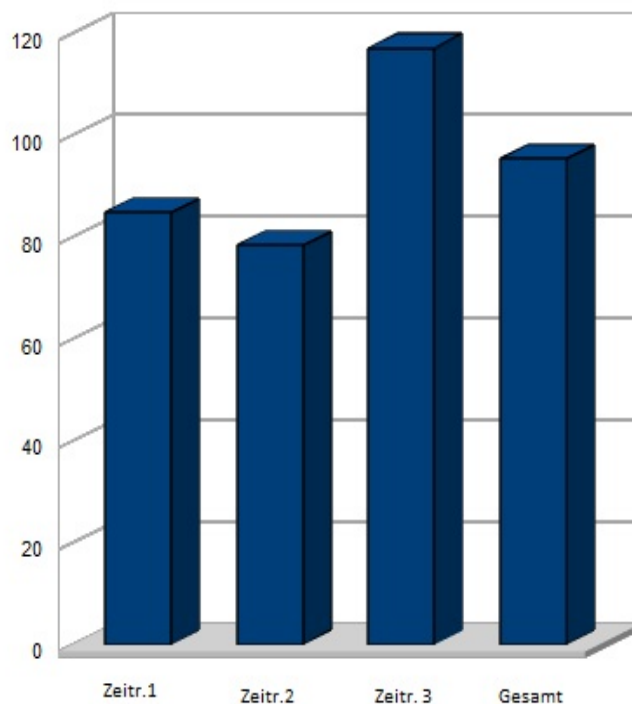
Abb. Vorkommen der verschiedenen Personengruppen



### 3.1.3 Länge der Artikel

Die Länge der Artikel über die drei Zeiträume unterscheidet sich enorm. Betrachtet man die Berichte des zweiten und des dritten Zeitraums, so stellt man fest, dass die Artikel des späteren Zeitabschnitts im Durchschnitt rund ein Drittel länger sind. Dies ist auf die langen und umfangreichen Berichte über das Public Viewing bei Spielen der deutschen Nationalmannschaft zurückzuführen. Vergleicht man hingegen die Zeiträume Eins und Zwei, ist der Unterschied nur gering. Die Artikel des ersten Zeitraums sind im Durchschnitt um wenige Zeilen länger als die des zweiten.

Abb.: Durchschnittliche Zeilenanzahl der Artikel



## **Quantitative Auswertung**

### **Das Public Viewing 2010 findet nicht statt**

„Kein Geld für Public Viewing“<sup>50</sup> titelte der Donaukurier am 13. Januar 2010. Aufgrund der angespannten Haushaltslage strich die Stadt Ingolstadt sämtliche Zuschüsse für dieses Event. Der Ingolstädter Kulturreferent Gabriel Engert erklärte dies mit einem Verweis auf die Erfahrungen aus den Jahren zuvor: „Die Europameisterschaft [...] hat uns fast einen sechsstelligen Betrag gekostet“<sup>51</sup>

Das Ausfallen des Public Viewings aus finanziellen Gründen wurde insgesamt in sechs Artikeln behandelt. Besonders in dem ersten Zeitraum wurde dies häufig thematisiert. Fünf der sieben Berichte, also 71,4 Prozent, beinhalten diesen Aspekt. Über den gesamten Untersuchungszeitraum kommt dieses Thema in lediglich in 16,2 Prozent vor.

### **Die Audi AG wird das Public Viewing nicht sponsern**

Zeitgleich mit der Stadt Ingolstadt kündigte auch die Audi AG an, keine Gelder für ein Public Viewing auf dem Ingolstädter Rathausplatz freizugeben. Firmensprecher Christoph Lungwitz erklärte im Donaukurier: „In diesem Jahr haben wir kein Public Viewing in unseren Planungen vorgesehen [...] [,] das Geld stecken wir dafür in kulturelle Projekte.“<sup>52</sup> In den vergangenen Jahren hatte die Audi AG stets die LED-Leinwand gesponsert.<sup>53</sup> Christian Rehberger spekuliert in einem Artikel, dass dies wohl auf die strengen Regeln der FIFA zurückzuführen sei, die dem Autobauer das Werben mit diesem Engagement nicht ermöglichten.<sup>54</sup>

---

<sup>50</sup>Donaukurier, 13. Januar 2010, Seite 1

<sup>51</sup>Silvester, Christian, in: Donaukurier 13. Januar 2010

<sup>52</sup>Silvester, Christian, in: Donaukurier 13. Januar 2010

<sup>53</sup>Vgl.: Silvester, Christian, in: Donaukurier 13. Januar 2010

<sup>54</sup>Vgl.: Rehberger, Christian, in: Donaukurier, 11.02.2010, 29

In insgesamt fünf der 37 Artikeln schreibt der Donaukurier über diesen Sachverhalt, mit einer Ausnahme wurden alle Artikel während des ersten Zeitraums veröffentlicht. Dies entspricht einem Anteil von 13,5 Prozent aller untersuchten Berichte.

## **Enttäuschung der Bevölkerung**

Die Ingolstädter Bevölkerung reagierte mit Enttäuschung auf die Aussagen der Stadt Ingolstadt und der Audi AG.

„Mit Entsetzen habe ich den Bericht über das Aus für das Public Viewing zur WM 2010 auf dem Rathausplatz gelesen. [...] [J]etzt soll einer [der] Höhepunkte des Jahres gestrichen werden?“<sup>55</sup>, empört sich Florian Weihard in einem Leserbrief an den Donaukurier. In einem weiteren Leserbrief schreibt Hans-Martin Kurka:

„Mir ist bewusst, dass es sich beim Public Viewing nicht um ein nachhaltiges Projekt handelt, aber ein Projekt, das direkt beim Bürger ankommt und allen hoffentlich wieder ein Sommermärchen auf dem Rathausplatz beschert wie 2006 und 2008.“<sup>56</sup>

In den Artikeln des ersten Zeitraums war dies ein bedeutsames Thema. In 85 Prozent, also in sechs der sieben Zeitungsberichten, wurde die Enttäuschung der Bevölkerung beschrieben. Auch „IN-City“, ein Marketingverein, der sich um die Vermarktung der Ingolstädter Ingolstadt kümmert, reagierte mit Entsetzen auf die Absage des Public Viewings und tat dies in einigen Artikeln kund.<sup>57</sup>

---

<sup>55</sup>Weihard, Florian, in: Donaukurier, 16.01.2010, 28

<sup>56</sup>Kurka, Hans-Martin, in: Donaukurier, 13.02.2010, 28

<sup>57</sup>Vgl.: Schattenhofer, Suzanne, In Donaukurier, 13.02.2010, 25; Rehberger, Christian, in: Donaukurier, 11.02.2011, 29

## **Die Stadt Ingolstadt sucht einen Veranstalter**

Die Stadt Ingolstadt erhoffte sich auch nach der Absage der Audi AG noch einen Sponsor beziehungsweise einen Veranstalter für das Public Viewing zu finden und garantierte den Rathausplatz kostenlos zur Verfügung zu stellen. „Wir haben einige potenzielle Interessenten aufgefordert, sie sollen uns ein kurzes Konzept bis Mitte des Monats liefern“<sup>58</sup>, sagte Jürgen Köhler, Ingolstadts stellvertretender Kulturreferent, im Februar 2010. Nachdem ein Eventmanager aus der Nachbarstadt Pfaffenhofen aus Kostengründen kein Angebot abgab und alle von der Stadt aufgeforderten, potentiellen Interessenten kein Angebot abgaben, wurde das Public Viewing 2010 schon abgeschrieben.<sup>59</sup>

## **Erleichterung über das Stattfinden des Public Viewings**

Am 26. März 2010 verkündete der Donaukurier: „Doch noch Sommermärchen für Fußballfans [...] Die Stadt verhandelt mit zwei möglichen Veranstaltern“<sup>60</sup>.

Diese Veranstalter waren, wie bereits bekannt, der FC Ingolstadt 04 in Kooperation mit Lorenz Stiftl und die EKM GbR. Die Angst vieler Fußballfans in Ingolstadt, das Public Viewing könnte ausfallen, wich Erleichterung.<sup>61</sup>

---

<sup>58</sup>Rehberger, Christian, in: Donaukurier, 11.02.2010, 29

<sup>59</sup>Vgl.: Rehberger, Christian, In: Donaukurier, 11.02.2010, 29

<sup>60</sup>Schwarzott, Martin, In: Donaukurier, 26.03.2010, 23

<sup>61</sup>Vgl.: Schwarzott, Martin, In: Donaukurier, 26.03.2010, 23

„Ich gehe davon aus, dass ein Public Viewing stattfindet“<sup>62</sup>, wurde der Ingolstädter Oberbürgermeister Alfred Lehmann am 26.03.2010 im Donaukurier zitiert.

In zwei Artikeln kommt dieses Thema zur Sprache, das entspricht 5,4 Prozent aller untersuchten Zeitungsberichte.

### **Das Angebot des FC Ingolstadt 04 als Ausrichter**

Der Donaukurier berichtete in fünf Artikeln über das Angebot, dass der FC Ingolstadt 04 der Stadt vorlegte. Dieses Angebot wurde in den Zeitungsberichten erläutert und mit der Offerte der EKM GbR verglichen. Kriterien waren beispielsweise die LED-Leinwand, die Bewirtung, Einlasskontrollen, der Ordnungsdienst und das Konzept zur Finanzierung:<sup>63</sup>

„Bei der Leinwand stellt der FC 04 eine Bildgröße von sieben mal vier Meter in Aussicht, so wie sie bereits bei der WM 2006 mit Gastronom Stiftl zum Einsatz kam. Das Wirte Trio, das vor zwei Jahren die Euro[pameisterschaft] 2008 betreute, hätte sogar eine Anlage in hochauflösender HD-Qualität besorgt.“<sup>64</sup>

Zum Aspekt der Finanzierung äußerte sich auch der Stellvertretende Vorstandsvorsitzende des FC Ingolstadt 04 e.V., Andreas Schleef: „[.] [Das Public Viewing] ist eine kommerzielle Veranstaltung - und der eine will Geld, und der andere trägt das Risiko alleine.“<sup>65</sup>

---

<sup>62</sup>Donaukurier: WM-Schau auf dem Rathausplatz. 26.03.2010, 1

<sup>63</sup>Vgl.: Schwarzott, Martin, in: Donaukurier, 26.03.2010, 23; Silvester, Christian, in: Donaukurier, 09.04.2010, 21; Rehberger, Christian, in: Donaukurier, 14.04.2010, 21

<sup>64</sup>Rehberger, Christian, in: Donaukurier, 14.04.2010, 21

<sup>65</sup>Rehberger, Christian, in: Donaukurier, 14.04.2010, 21

So sah es auch der der Ingolstädter Sportausschuss, der die Ausfallbürgschaft, die das Wirte Trio gefordert hatte, als Knackpunkt sah und dem Fußballverein den Zuschlag für die Organisation des Public Viewings erteilte.<sup>66</sup>

### **Probleme vergangener Public Viewing Veranstaltungen**

Besonders der Ordnungs- und Securitydienst hatte bei den vergangenen Public Viewing Veranstaltungen für Unmut gesorgt: „die strengen, oft als überzogen empfundenen Einlasskontrollen rund um den Rathausplatz – in Verbindung mit dem von den Wirten durchgesetzten Verzehrzwang“<sup>67</sup>, gefiel den damaligen Besuchern des Public Viewings nicht und sorgte für zahlreiche Proteste. Dieses Thema wurde auch 2010 wieder aufgegriffen:

In fünf untersuchten Artikeln des Donaukuriers wird über die Probleme der vergangenen Public Viewing Veranstaltungen geschrieben. Alle Berichte wurden im zweiten Zeitraum verfasst und kommen insgesamt in einem Drittel aller Artikel dieser Zeitspanne vor.

### **Beschwerden der Anwohner**

Die Anwohner der Ingolstädter Innenstadt standen dem Public Viewing 2010 am Ingolstädter Rathausplatz, aufgrund der schlechten Erfahrungen aus den Vorjahren, eher negativ gegenüber. Lärm und Verunreinigungen brachten die Anwohner vermehrt zur Forderung das Public Viewing außerhalb des Wohngebiets der Altstadt stattfinden zulassen. Die Beschwerdeführer Ulrike Schuller, Andreas Schuller und Stephanie Papendick verlangten dies auch in einem Schreiben an die

---

<sup>66</sup>Vgl.: Rehberger, Christian, in: Donaukurier, 14.04.2010, 21

<sup>67</sup>Silvester, Christian, in: Donaukurier, 09.04.2010, 21

Stadt Ingolstadt: „Warum macht man das Public Viewing nicht auf einem Platz, der geeigneter ist, etwa dem Volksfestplatz? Er ist nah an der Innenstadt und groß genug, um keinen abweisen zu müssen. Dann würden die Wirte auch mehr verdienen.“<sup>68</sup>

Über den Donaukurier verschafften sich die Anwohner Gehör: In fünf Artikeln geht es um die Belange, der in der Innenstadt ansässigen Bürger. Die Stimmen gegen das Public Viewing wurden erst nach Bekanntgabe der zwei Bewerber um die Veranstaltung laut. Betrachtet man also ausschließlich den zweiten und dritten Zeitraum, so sind dies 17,7 Prozent der Artikel.

Die Anwohner der Ingolstädter Altstadt haben sich zu einer effektiven Lobby zusammengeschlossen und immer wieder ihre Bedürfnisse, Belange und Bedenken öffentlich gemacht. Sie brachte die Stadt dazu, strikte Auflagen für die Veranstaltung zu erheben, was Nachtruhe, Lärmbelästigung und Verunreinigungen der Innenstadt anbelangt.<sup>69</sup> Der Ingolstädter Oberbürgermeister Alfred Lehmann sagte vor der Fußballweltmeisterschaft, dass, so sorgsam das Public Viewing auch von den Fachämtern mit Auflagen begleitet werden würde, es nicht völlig ohne Beeinträchtigung der Innenstadtbewohner durchgeführt werden könne. Dies liege in der Natur der Sache.<sup>70</sup>

Nach der Fußballweltmeisterschaft zeigten sich die Wortführer der Anwohner aber doch zufrieden. „Die [Veranstalter] haben sich wirklich bemüht, dass alles klappt und sich weitgehend an die Absprachen gehalten. Da war ich positiv überrascht“ <sup>71</sup>, so Ulrike Schuller.

---

<sup>68</sup>Silvester, Christian, in: Donaukurier, 30.04.2010, 21

<sup>69</sup>Vgl.: Silvester, Christian, in : Donaukurier, 22.05.2010, 25 und Donaukurier, 20.05.2010, Seite 25

<sup>70</sup>Silvester, Christian, in: Donaukurier, 27.05.2010, 24

<sup>71</sup>Schwarzott, Martin: FC 04 nimmt Stiffls Vorlage auf. In: Donaukurier, 13.07.2010, Seite



## **Problemmanagement der Veranstalter**

Der FC Ingolstadt 04 und Lorenz Stiftl reagierten auf die Wünsche und Befürchtungen der Anwohner sowie auf die Kritik an den vergangenen Public Viewing Veranstaltungen. Der Ordnungs- und Sicherheitsdienst wurde genau auf den Umgang mit den Besuchern vorbereitet, „die gehen noch sensibler vor als die letzten Jahre“<sup>72</sup>, bestätigte Thomas Gierenstein vom FC Ingolstadt 04. Zusätzliche Toiletten wurden organisiert und auch auf das schlechte Wetter wurde mit einem Zelt reagiert.<sup>73</sup> Der Umgang und die Lösung aller anfallenden Probleme wurden auch im Donaukurier thematisiert. In sechs Artikeln die, mit einer Ausnahme, alle im zweiten Zeitraum erschienen sind, wurde das Problemmanagement der Veranstalter also in 16,2 Prozent der Gesamtberichterstattung thematisiert.

## **Sonstige Probleme**

Direkt am Ingolstädter Rathausplatz führt eine Straße entlang und teilt die gesamte Ingolstädter Fußgängerzone in zwei Hälften. Diese Straße darf ausschließlich von Linienbussen der Ingolstädter Verkehrsgesellschaft mbH und Lieferverkehr befahren werden. Während des Public Viewings wurde diese sogenannte „Nord-Süd-Achse“ gesperrt.<sup>74</sup>

---

<sup>72</sup>Rehberger, Christian, in: Donaukurier, 08.06.2010, 21

<sup>73</sup>Vgl.: Silvester, Christian, in: Donaukurier, 17.06.2010, 23

<sup>74</sup> Vgl.: Kraus, Michael, in: Donaukurier, 24.06.2010, 23

Am 26. Juni 2010 fand in Ingolstadt die „Donau-Classic-Rallye“<sup>75</sup> statt. Die Rallye startete am Ingolstädter Rathausplatz, dem Austragungsort des Public Viewings. An diesem Tag wurden auch zwei Achtelfinalsplele übertragen, so kamen sich Oldtimer- und Fußballfans in die Quere. Die Organisatoren beider Veranstaltungen sorgten durch eine zeitliche Abstimmung und Planung für die Lösung des Problems.<sup>76</sup>

Ein weiteres Problem im Vorfeld der Fußballweltmeisterschaft stellte die Lautstärke der Vuvuzelas und das damit Verbundene Gesundheitsrisiko dar. Ein Vuvuzela-Verbot beim Public Viewing wurde gefordert.<sup>77</sup>

In insgesamt sechs Artikeln wird über diese Probleme berichtet, das entspricht 16,2 Prozent aller untersuchten Zeitungsberichte.

### **Ablauf der Veranstaltungen auf dem Rathausplatz**

In neun Artikeln wird der Ablauf des Public Viewings beschrieben und beispielsweise das Rahmenprogramm mit Live-Musik oder Moderation näher erläutert:<sup>78</sup> „Der FC stellt ein kleines Rahmenprogramm mit Moderation, DJ und auch Live-Auftritten von Bands vornehmlich zu den deutschen Spielen auf die Beine.“<sup>79</sup> „Wie bei den beiden [vergangenen] Public Viewings [...] moderiert FC-Stadionsprecher Italo Mele rund um die Spiele“<sup>80</sup>, verkündeten die Verantwortliche des Vereins im Vorfeld der Veranstaltung.

---

<sup>75</sup>Die Donau-Classic-Rallye ist eine Oldtimerrallye. Drei Tage lang waren in Ingolstadt und der gesamten Region Oldtimer aus mehreren Jahrzehnten unterwegs, 2010 fand die Rallye in Ingolstadt zum fünften Mal statt. (Vgl. Donaukurier, 24.06.2010, 23)

<sup>76</sup>Vgl.: Silvester, Christian, in: Donaukurier, 27.05.2010, 24

<sup>77</sup>Vgl.: Beck Tobias, in: Donaukurier, 15.06.2010, 23

<sup>78</sup>Vgl.: Rehberger, Christian, in: Donaukurier, 08.06.2010, 21

<sup>79</sup>Rehberger, Christian, in: Donaukurier, 09.06.2010, 51

<sup>80</sup>Rehberger, Christian, in: Donaukurier, 11.06.2010, 22

Vier dieser Berichte wurden schon im Vorfeld des Public Viewings verfasst, das heißt bereits vor dem eigentlichen Event war die Thematik des Ablaufs und des Rahmenprogramms von Bedeutung. Während der Fußball Weltmeisterschaft wurden diese Bereiche des Public Viewings fünfmal in Artikeln des Donaukuriers erwähnt.

Die Berichterstattung über das Rahmenprogramm und den Ablauf ist im Vergleich zu den anderen Themen sehr üppig und wird in 24,3 Prozent aller Artikel angesprochen.

### **Public Viewing im Audi Sportpark**

In insgesamt fünf der 37 Artikel wird die Möglichkeit, das nächste Ingolstädter Public Viewing im Audi Sportpark abzuhalten, erwähnt. Hier ist ein deutlicher Unterschied in den verschiedenen Zeiträumen zu erkennen. Vier der fünf Berichte wurden nach dem 11. Juni 2010, also im Zeitraum 3 veröffentlicht, ein Artikel erschien zwischen dem 25. März und dem 10. Juni 2010.

Der erste Artikel, der dieses Thema aufgreift, wurde bereits am 22. Mai 2010, also vor der Weltmeisterschaft und dem bevorstehenden Public-Viewing, veröffentlicht. Thorsten Brieger, der Projektleiter der Veranstaltung auf Seiten des FC Ingolstadt 04, sagte, auf Public Viewing im Audi Sportpark angesprochen, dass sich dies anbieten würde.<sup>81</sup> Interessant ist, dass sich der Audi Sportpark zu diesem Zeitpunkt noch im Bau befand. Das neue Stadion des FC Ingolstadt 04 wurde erst am 24. Juli 2010 offiziell eröffnet.

---

<sup>81</sup>Vgl. Silvester, Christian, in: Donaukurier, 22.05.2010, 25

Als „[e]ine gute Idee“<sup>82</sup>, bezeichnet Oliver Samwald den Plan das Public Viewing in den Audi Sportpark zu verlegen. FC Ingolstadt 04 Geschäftsführer Franz Spitzauer gibt vor den Ingolstädter Stadträten jedoch zu bedenken, dass die Audi AG ihr Einverständnis für die Nutzung des Audi Sportparks für eine solche Veranstaltung geben müsse.<sup>83</sup>

### **Medieninhalte während der Weltmeisterschaft**

Die folgenden Inhalte waren nur für die Zeit der Fußballweltmeisterschaft von Bedeutung. Sie waren hauptsächlich Teil der Berichte über die Public Viewing Veranstaltungen zu den Spielen der deutschen Nationalmannschaft.

### **Fußball**

In einigen Artikeln wurde direkten Bezug auf ein Fußballspiel genommen, Tore und Spielzüge beschrieben oder Ergebnisse und Zwischenergebnisse kommentiert und zur sportlichen Situation der deutschen Nationalmannschaft Stellung genommen: „[...] tosender Jubel nach dem 1:0“<sup>84</sup>, „Wer wissen will wie rar deutsche Torchancen sind, braucht keine Leinwand [...]“<sup>85</sup> und „[d]ie deutsche Nationalmannschaft hat einen historischen Sieg ausgerechnet gegen „Erzfeind“ England errungen“<sup>86</sup>

In insgesamt vier untersuchten Zeitungsberichten wird direkt Bezug auf ein Fußballspiel genommen. Alle vier Artikel sind im dritten Zeitraum erschienen und nehmen in diesem Zeitraum rund 27 Prozent ein.

---

<sup>82</sup>Schwarzott, Martin, in: Donaukurier, 13.07.2010, 19

<sup>83</sup>Donauer, Angelika, in Donaukurier, 09.07.2010, 24

<sup>84</sup>Kraus, Michael/ Silvester, Christian, in: Donaukurier, 24.06.2010, 23

<sup>85</sup>Kraus, Michael/ Silvester, Christian, in: Donaukurier, 24.06.2010, 23

<sup>86</sup>Pehl, Bernhard, in: Donaukurier, 28.06.2010, 19

## **Fans beim Public Viewing**

Einige Berichte des Donaukuriers beschrieben die Fans beim Public Viewing auf dem Rathausplatz. Es wurde berichtet, wie die Besucher des Public Viewings auf das gezeigte Fußballspiel reagierten, die Zeit vor der Fußballübertragung verbrachten oder anschließend feierten:<sup>87</sup> „Wildfremde Menschen liegen sich in den Armen, tanzen auf der Straße und trinken Brüderschaft miteinander“<sup>88</sup> und „[u]m die Leiber und Gemüter etwas abzukühlen, spritzen sich die Zuschauer gegenseitig aus Sprühflaschen mit Wasser an, später wird zur Maßkrugdusche übergegangen“.<sup>89</sup>

Das Thema der Fans beim Public Viewing kommt im dritten Zeitabschnitt in genau einem Drittel aller Artikel vor, also in fünf der 15 Berichte des Donaukuriers. Auf die Gesamtberichterstattung gerechnet, sind dies 13,5 Prozent.

## **Public Viewing an anderen Orten in Ingolstadt und Umgebung**

In dieser Rubrik wurden sämtliche Erwähnungen von anderen Public Viewing Veranstaltungen in Ingolstadt erfasst, zum Beispiel in Bars, Biergärten, der Ingolstädter Feuerwache und anderen Orten.<sup>90</sup>

In vier Artikeln, also in rund 27 Prozent aller Donaukurierberichte, wird auch über Public Viewing Veranstaltungen an anderen Schauplätzen, hauptsächlich in der Ingolstädter Innenstadt, informiert. Das Public Viewing am Rathausplatz blieb aber trotzdem das zentrale und vorherrschende Thema.

---

<sup>87</sup>Vgl.: Kraus, Michael/ Silvester, Christian, in: Donaukurier, 24.06.2010, 23

<sup>88</sup>Pehl, Bernhard, in: Donaukurier, 28.06.2010, 19

<sup>89</sup>Schattenhofer, Suzanne, in: Donaukurier, 05.07.2010, 17

<sup>90</sup>Vgl.: Kraus, Michael/ Silvester, Christian, in: Donaukurier, 24.06.2010, 23; Silvester, Christian/ Richter, Horst/ Stadik, Michael, in: Donaukurier, 19.06.2010, 25

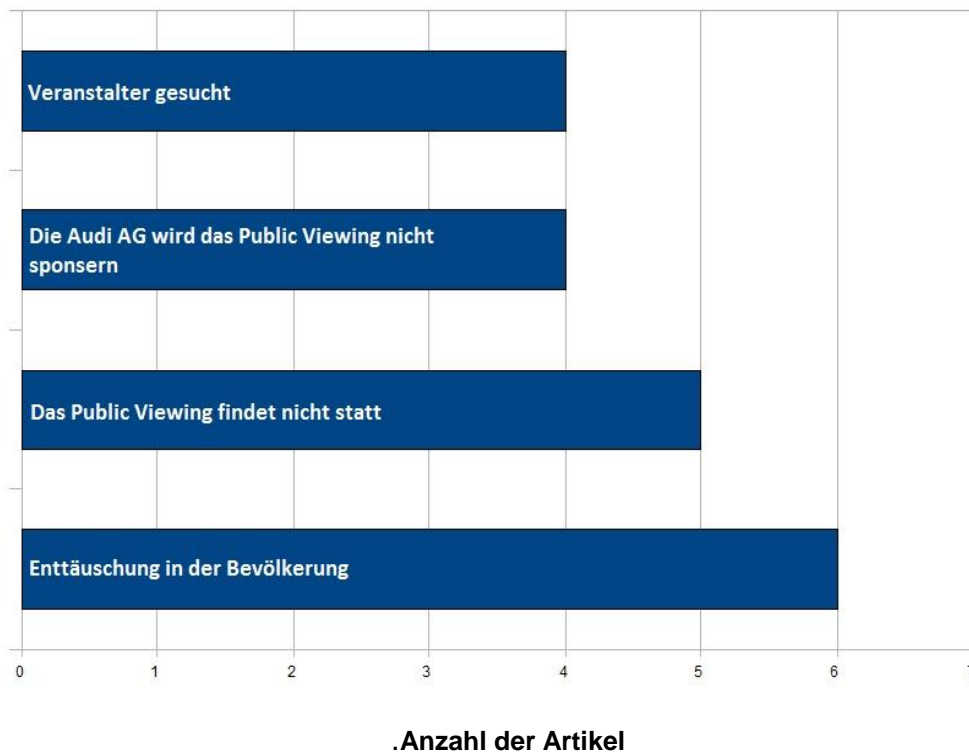
## **Die Inhalte der Berichterstattung über die verschiedenen Zeiträume**

Der am häufigsten beschriebene Aspekt des Public Viewings war der Ablauf der Veranstaltung. Die Bekanntgabe der Stadt Ingolstadt zu Beginn des Jahres 2010, dass das Public Viewing auf dem Rathausplatz ausfallen würde und die darauf folgende Enttäuschung in der Bevölkerung waren ebenfalls zentrale Themen in der Berichterstattung.

Es ist daher verwunderlich, dass die Erleichterung über das Stattfinden des Public Viewings den geringsten Anteil an der Berichterstattung hat.

## **Inhalte vom 01.01.2010 bis zum 25.03.2010**

Abb.: Die Themen während des ersten Zeitraums im Überblick:



Während des ersten Zeitraums bestimmten vier Themen die Berichterstattung. Zu diesem Zeitraum spielte der FC Ingolstadt 04 noch keine Rolle, der Verein wurde zu keinem Zeitpunkt mit dem Public Viewing in Verbindung gebracht. Im Blickpunkt der Öffentlichkeit standen die Audi AG und die Stadt Ingolstadt

## **Inhalte vom 26.03.2010 bis zum 10.06.2010**

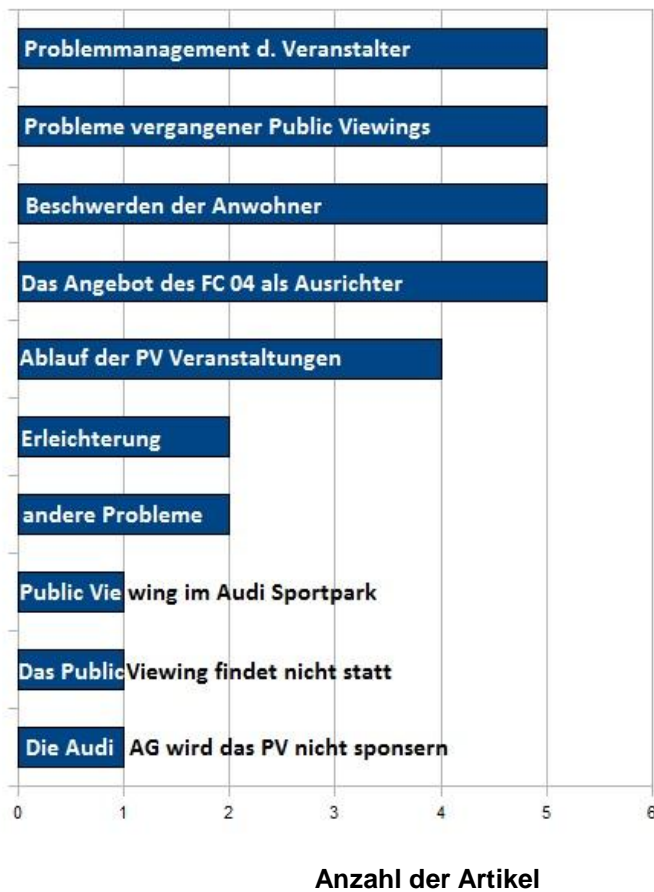
Nach Bekanntgabe, dass es zwei Bewerber für die Ausrichtung des Public Viewings gab, stand zunächst das Angebot der Bewerber im Fokus. Der FC Ingolstadt 04 wird in diesem Zeitraum in zwölf der 15

Artikel erwähnt. Probleme und Beschwerden waren zu dieser Zeit Hauptinhalt der Berichterstattung, der Fußballverein und der Wirt Lorenz Stiftl hatten in der Vorbereitungsphase auf das Public Viewing mit vielen Negativschlagzeilen zu kämpfen, auch wenn wohl ein Großteil der Ingolstädter Bevölkerung erfreut über das Public Viewing war. Dies lässt sich aus der Enttäuschung vieler Ingolstädter schließen, als verkündet wurde, dass das Public Viewing nicht stattfände.

In diesem Zeitraum wird auch über die Schwerpunktthemen der anderen beiden Zeitspannen berichtet, wie das Ausfallen der Veranstaltung und Public Viewing im Audi Sportpark.



Abb.: Die Themen während des zweiten Zeitraums im Überblick:



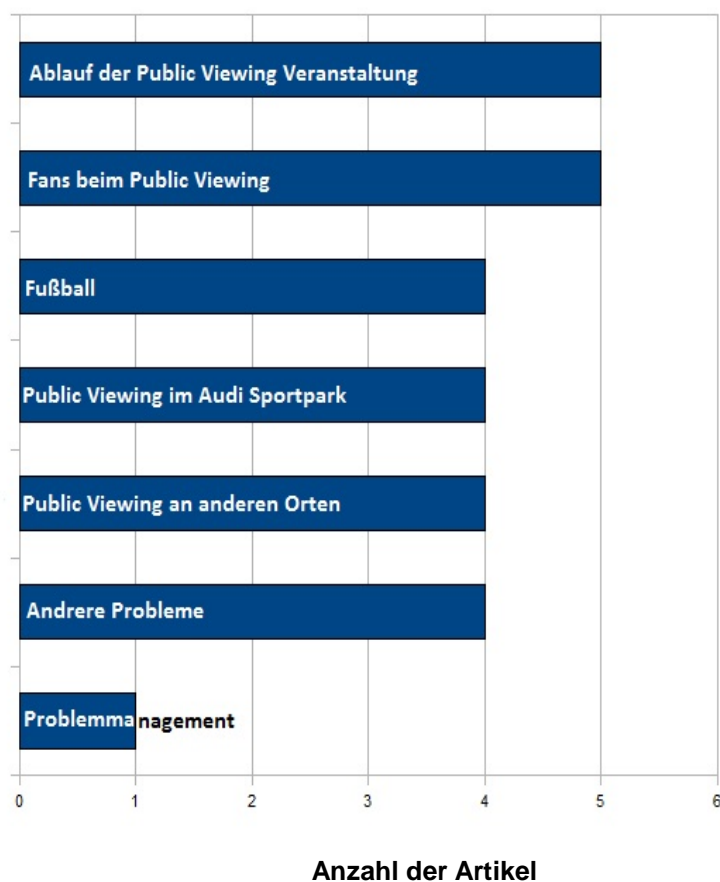
### Inhalte vom 11.06.2010 bis zum 31.07.2010

Für den FC Ingolstadt 04 war die Berichterstattung über den Ablauf des Public Viewings zu diesem Zeitpunkt von großer Bedeutung, da der Verein direkt für die Umsetzung verantwortlich war. Für den Donaukurier waren die Fans während des Public Viewings genauso wichtig.

Nach der Fußballweltmeisterschaft 2010 und für zukünftige

Veranstaltungen wie diese, stand ein mögliches Public Viewing im Audi Sportpark im Zentrum der Artikel. Nach der Veranstaltung 2010 schauen Zeitung und Verein also schon auf die Europameisterschaft 2012.

Abb.: Die Themen während des dritten Zeitraums im Überblick



## Resümee

Besonders im zweiten Zeitraum wird der FC Ingolstadt 04 oft in Zusammenhang mit dem Public Viewing erwähnt, die Ingolstädter freuen sich über die Public Viewing Veranstaltung. Trotzdem bleibt der Dank für das Ausrichten der Veranstaltung, zumindest in der Berichterstattung aus<sup>91</sup>. Der FC Ingolstadt wurde nicht als „Retter des Public Viewings“ wahrgenommen. Der Grund dafür könnte sein, dass es mit der EKM GbR einen Mitstreiter um das Recht als Veranstalter gab und das Public Viewing also eventuell auch ohne das Engagement des Fußballvereins stattgefunden hätte. Trotzdem nahm der Verein, nach Veröffentlichung der Bewerbung und des Angebots für die Ausrichtung des Public Viewings, ein Viertel der gesamten Berichterstattung ein.<sup>92</sup>

Ein weiterer Grund könnte die Zusammenarbeit mit Lorenz Stiftl sein. Als Wirt war er für die Besucher des Public Viewings von zentraler Bedeutung, da er direkt mit dem Publikum in Berührung kam. Die Schnittstellen für den Verein mit den Besuchern des Rathausplatzes waren geringer, da die Arbeit des FC Ingolstadt hauptsächlich im Hintergrund stattfand, die Umsetzung wurde zum Großteil vom Wirt übernommen.

Um den Besuchern des Public Viewings den FC Ingolstadt 04 ins Bewusstsein zu rufen und um stetig präsent zu sein, plante der Verein öffentlich wirksame Maßnahmen. Den gezielten Marketingaktionen während dem Public Viewing wurde von den Redakteuren des Donaukuriers jedoch keine große Beachtung geschenkt. Der Fanartikel-Verkaufsstand des FC Ingolstadt 04 wurde zweimal in den Artikeln erwähnt, die großen Fahnen des Vereins, die links und rechts neben der

---

<sup>91</sup>Nur zwei Berichte erwähnen die Erleichterung der Bevölkerung (Siehe Abb.: Die Themen während des ersten Zeitraums im Überblick)

<sup>92</sup>Siehe Abb.: Tabelle Zeilenzahl

Leinwand aufgestellt waren, wurden nur selten auf Fotos abgedruckt. Die erste Mannschaft des Fußballvereins besuchte das Public Viewing, dies blieb im Donaukurier allerdings völlig unerwähnt.

Der Audi Sportpark hingegen und die Möglichkeit ein Public Viewing zukünftig dort abzuhalten stieß auf vergleichsweise große Resonanz. Dies lässt darauf schließen, dass ein Public Viewing vor, beziehungsweise im Stadion noch größeren medialen Anklang finden könnte.

Die mediale Präsenz des Vereins könnte natürlich intensiver und umfangreicher sein, trotzdem kann sich der Verein mit dem Ausrichten des Public Viewings, als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit zufrieden zeigen.

Die Veranstaltung hat insgesamt großen Anklang in der Berichterstattung des Donaukuriere gefunden und der FC Ingolstadt 04 wurde häufig mit diesem Event in Verbindung gebracht, sodass der Verein in einem, für viele Menschen sehr positiven Bezug, in das Bewusstsein der Ingolstädter gerufen wurde. Inwieweit das Ausrichten des Public Viewings eine direkte oder indirekte Wirkung auf die tatsächliche Wahrnehmung des FC Ingolstadt 04 hatte, vermag diese Arbeit, gemäß ihrer Zielsetzung, aber nicht zu klären.

## **Themenfindung**

Ursprünglich war gedacht, eine Medieninhaltsanalyse verschiedener Ingolstädter Medien, wie zum Beispiel der lokalen Radiosender Radio IN und Radio Galaxy, dem lokalen Fernsehsender INTV und verschiedenen, monatlich erscheinenden Lifestyle-Magazinen wie Gladdys, Espresso oder Magazin, durchzuführen. Anschließend sollte ein Vergleich zwischen den unterschiedlichen Medien gezogen werden.

Aufgrund der geringen Berichterstattung, die Magazine beispielsweise veröffentlichten lediglich einige Bilder der Zuschauer auf dem Rathausplatz, kristallisierte sich der Donaukurier als einzige logische Quelle heraus. Die regelmäßigen Publikationen vor, während und nach der Fußballweltmeisterschaft 2010 über das Public Viewing, sowie die hohe Auflage, die große Leserschaft, auch durch die Veröffentlichung vieler Artikel im Onlineportal des Donaukuriers, donaukurier.de, sprachen für eine genaue Analyse der Zeitungsartikel. Die Monopolstellung, die der Donaukurier als einzige Tageszeitung in der Region Ingolstadt hat, bekräftigte diese Entscheidung.

Ob der Vergleich mit anderen Medien weitere wichtige und aussagekräftige Ergebnisse zur Folge hätte, lässt sich schwer sagen. Für den FC Ingolstadt 04 reicht eine Medieninhaltsanalyse der Berichterstattung des Donaukuriers jedoch aus eben genannten Gründen aus.

### **Die Berichterstattung über den FC Ingolstadt 04**

Den Umfang der Berichterstattung über den FC Ingolstadt 04 in Zusammenhang mit dem Public Viewing hatte ich größer erwartet. Zwar ist die Erwähnung in 63,3 Prozent aller Artikel<sup>93</sup> über das Public Viewing und einem 25 prozentigen Textanteil in der Berichterstattung<sup>94</sup> mehr als ich im Vorfeld der Untersuchungen erwartet hatte, aber mein subjektiver Eindruck beim Lesen der Zeitungsberichte war, dass der FC Ingolstadt 04 eine noch durchaus zentralere Bedeutung hätte haben können.

---

<sup>93</sup>Nach Bekanntgabe, dass der FC Ingolstadt 04 das Public-Viewing veranstalten möchte;

<sup>94</sup>Vgl. Seite 23

Bis auf wenige Ausnahmen wurde der FC Ingolstadt 04 in seiner Rolle als Bewerber und dann später als Veranstalter kaum mit einer positiven oder negativen Wertung kommentiert.

Vor der Entscheidung für den FC Ingolstadt 04 und Lorenz Stiftl, wurde in einigen Artikeln das Angebot der beiden Kontrahenten verglichen und anschließend beiden Angeboten sowohl positive als auch negative Aspekte zugesprochen. Ein Beispiel hierfür sind die LED-Leinwände die für das Public-Viewing organisiert werden sollten oder die Finanzierungskonzepte.<sup>95</sup> In Zusammenhang mit dem Audi Sportpark und der Möglichkeit ein zukünftiges Public-Viewing dort abzuhalten, sei es in oder vor dem Stadion, wurde wertend über diese Pläne gesprochen und über die Vor- und Nachteile einer solchen Veranstaltung in der neuen Spielstätte des FC Ingolstadt 04.

Diese beiden Punkte, das vorgelegte Angebot bei der Bewerbung und der Audi Sportpark als Austragungsort eines zukünftigen Public Viewings, haben nicht direkt mit dem FC Ingolstadt 04 als Fußballverein und der Wahrnehmung der Bevölkerung von diesem Verein zu tun. Die Aussagen über ein Für und Wieder bei den oben genannten Themen waren jedoch nicht ausreichend und für den Verein nicht bedeutsam genug um sie ausführlich zu analysieren.

---

<sup>95</sup>Vgl.: Rehberger, Christian, in: Donaukurier, 14.04.2010, 21

Lediglich in einem Zeitungsbericht, dem Artikel nach der Bekanntgabe des Veranstalters des Public Viewings wurde sich über den FC Ingolstadt 04 an sich geäußert: „[...] Mir gefällt die Idee, dass der FC die Veranstaltung nutzt, um sich selbst zu präsentieren.“<sup>96</sup>, so CSU-Stadträtin Brigitte Fuchs. Klaus Mittermaier, der Sprecher der Ingolstädter SPD-Fraktion stimmte zu: „Die Stadt sollte hinter dem FC stehen.“<sup>97</sup> Sabine Leiß, ebenfalls von der SPD, wandte ein: „Ich hoffe jetzt nur, dass sich der Verein auch präsentiert und das keine Stiftungs-Veranstaltung wird.“<sup>98</sup>

Da diese wenigen Aussagen über den Verein für eine gezielte, nur auf den FC Ingolstadt 04 abgestimmte, qualitative Inhaltsanalyse nicht ausreichten, beschloss ich die Inhaltsanalyse abzuändern.

Anstatt die wenigen Äußerungen über den Verein zu untersuchen, ermittelte ich eine grobe Übersicht über die wichtigsten und dominierensten Themen der Gesamtberichterstattung, um so zu sehen welche Themen im Vordergrund standen und zu überprüfen ob es einen Zusammenhang zwischen diesen Themen und dem FC Ingolstadt 04 gab.

## **Weiterentwicklung**

Die Marketing- und PR-Planung eines möglichen Public Viewings im Audi Sportpark zur Fußballeuropameisterschaft 2012 kann auf den Erkenntnissen dieser Medieninhaltsanalyse aufbauen und soll so optimiert werden um das Event Public Viewing sowie vor allem die Marke FC Ingolstadt 04 öffentlichkeitswirksam zu inszenieren und zu präsentieren, den Verein in ein positives Licht zu rücken. Es wäre sinnvoll, falls der Verein wieder als Veranstalter in Erscheinung treten

---

<sup>96</sup>Rehberger, Christian, in: Donaukurier, 14.04.2010, 21

<sup>97</sup>Rehberger, Christian, in: Donaukurier, 14.04.2010, 21

<sup>98</sup>Rehberger, Christian, in: Donaukurier, 14.04.2010, 21

möchte, eine Analyse der medialen Resonanz auf dieses Ereignis durchzuführen.

Des Weiteren, da eine Public Viewing Veranstaltung im Audi Sportpark und somit in einem Fußballstadion, in Ingolstadt und Umgebung etwas Einmaliges wäre, könnte man gezielt versuchen auch in anderen, überregionalen Medien Berichte über den Verein und dieses Event zu platzieren. Ingolstadt liegt m „Herzen Bayerns“, das heißt fast genau auf halber Strecke zwischen den beiden größten bayerischen Städten München und Nürnberg. Durch die Anbindung an die A 9 könnte das Ingolstädter Public Viewing so auch für Nicht-Ingolstädter ein attraktives Event sein und der Verein so seine Bekanntheit und Beliebtheit auch über die Stadtgrenzen hinaus vergrößern.



## **Literaturverzeichnis**

### ***Bücher:***

Früh, Werner: Inhaltsanalyse Theorie und Praxis, Reihe Uni-Papers, Band 3, 3., überarbeitete Auflage, München 1991

Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse Grundlagen und Techniken, 10. Auflage, Weinheim und Basel 2008

Rössler, Patrick: Inhaltsanalyse, Konstanz 2005

Schäff, Georg (Hrsg.), Donaukurier Verlagsgesellschaft mbH und Co. KG: Unternehmensdarstellung, Ingolstadt 2009

### ***Hochschulschriften:***

Warlich, Jenny: Public Viewing als Instrument des operativen Marketing-vergängliches Phänomen oder zukunftsträchtiges Erfolgsmodell, Diplomarbeit, Rheinische Fachhochschule Köln, Fachbereich Wirtschaft und Recht, Köln 2008

### ***Zeitschriften:***

Krüger, Christian/ Müller-Henning, Matthias: Medienresonanzanalyse als Instrument strategischer Kommunikation. In: prmagazin, Heftnummer 3/2001, Seiten 35-42

### **Zeitungen:**

Beck Tobias: „Da muss man schon robuste Ohren haben“. In: Donaukurier, 15.06.2010, 23

Donauer, Angelika: Stadträte vom Stadion schwer beeindruckt. In: Donaukurier, 09.07.2010, 24

Donaukurier: Donau Classic startet heute. 24.06.2010, 23

Donaukurier: Fanmeile 2012 im Sportpark? 13.07.2010, 1

Donaukurier: IN-City kämpft um WM-Spektakel. 15.01.2010, 22

Donaukurier: Intendant stellt sich vor. 10.04.2010, 29

Donaukurier: Kein Geld für Public Viewing. 13.01.2010, 1

Donaukurier: Public Viewing ohne Ärger. 09.04.2010, 1

Donaukurier: Rundumbetreuung im Internet. 09.06.2010, 42

Donaukurier: WM-Schau auf dem Rathausplatz. 26.03.2010, 1

Donaukurier: WM-Schau hat ein Nachspiel. 21.11.2006

König, Stefan: Audi und Stadt spielen in einem Team. In: Donaukurier, 16.03.2010

König, Stefan: Zaun am Rathausplatz wird für Polen-Spiel verschoben. In: Donaukurier, 11.06.2010

Kraus, Michael: WM wird zum Exempel für die Nord-Süd-Achse. In: Donaukurier, 24.06.2010, 23

Kraus, Michael/ Silvester, Christian: Nach langer Stille ein Schrei. In: Donaukurier, 24.06.2010, 23

Kurka, Hans-Martin: Geld aus Bürgerhaushalt. In: Donaukurier, 13.02.2010, 28

Pehl, Bernhard: „Wir holen die Meisterschaft!“. In: Donaukurier, 28.06.2010, 19

Rehberger, Christian: Anpfiff für die Fußball-Fanmeile. In: Donaukurier, 08.06.2010, 21

Rehberger, Christian: Der Ball rollt am Rathausplatz vorbei. In: Donaukurier, 11.02.2011, 29

Rehberger, Christian: Fußball-Drittligist sorgt für WM-Gefühl. In: Donaukurier, 14.04.2010, 21

Rehberger, Christian: Fußball mehr im Mittelpunkt. In: Donaukurier, 14.03.2008

Rehberger, Christian: Geballte WM-Euphorie vor der Großleinwand. In: Donaukurier, 09.06.2010, 51

Rehberger, Christian: Von A wie Auftakt bis Z wie Zugangskontrolle. In: Donaukurier, 11.06.2010, 22

Rehberger, Christian/ Richter, Horst/ Stadik, Michael: Kollektives Leiden im Gedränge. In: Donaukurier, 19.06.2010, 25

Schattenhofer, Suzanne: Der „City-Guru“ soll die Innenstadt retten. In: Donaukurier, 13.02.2010, 25

Schattenhofer, Suzanne: Wasserschlacht nach dem Sieg. In: Donaukurier, 05.07.2010, 17

Schmatloch, Michael: Ein Meilenstein auf dem Weg zur Großstadt. In: Donaukurier 10.07.2006

Schwarzott, Martin: Doch noch Sommermärchen für Fußballfans. In: Donaukurier, 26.03.2010, 23

Schwarzott, Martin: FC 04 nimmt Stiftls Vorlage auf. In: Donaukurier, 13.07.2010, Seite 19

Schwarzott, Martin: Ohne Altstadtwirte soll nichts mehr laufen. In: Donaukurier, 21.06.2006

Schwarzott, Martin: Public Viewing ohne Anheizen. In: Donaukurier, 20.05.2010, Seite 25

Silvester, Christian: Aus meiner Sicht. In: Donaukurier, 17.06.2010, 23

Silvester, Christian: Ärger mit den Ordnern soll sich nie wiederholen. In: Donaukurier, 09.04.2010, 21

Silvester, Christian: Die Stadt zieht den Stecker. In: Donaukurier, 13.01.2010, 19

Silvester, Christian: Entspannung an der WC-Front. In: Donaukurier, 22.05.2010, 25

Silvester, Christian: Fußballfans kommen Oldtimern in die Quere. In: Donaukurier, 27.05.2010, 24

Silvester, Christian: Lehmann bestätigt Auflagen für WM-Übertragung. In: Donaukurier, 27.05.2010, 24

Silvester, Christian: Nach dem Spiel ist vor dem Spiel. In: Donaukurier, 30.04.2010, 21

Silvester, Christian: Neuer Ärger auf dem Rathausplatz. In: Donaukurier, 17.06.2010, 23

Stadik, Michael: Verhaltener Abschied ohne Party. In: Donaukurier, 12.07.2010, 17

Stückle, Ruth: Rathausplatz-Eröffnung im ganz großen Stil. In: Donaukurier, 07.06.2006

Weihard, Florian: Sommermärchen 2010. In: Donaukurier, 16.01.2010, 28

### ***Internet:***

FC Ingolstadt 04: [www.audisportpark.de](http://www.audisportpark.de), 27.11.2010

FC Ingolstadt 04: <http://www.fcingolstadt.de/index.php?id=12>, 27.11.2010

Samwald, Oliver: Spiele gegen Fürth, Hertha und Co terminiert, Datum der Erstellung 14.01.2011, Offizielle Homepage des FC Ingolstadt 04, [http://www.fcingolstadt.de/index.php?id=122&tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=3724&cHash=689adaf0f51ae4a993f1458c409105c0](http://www.fcingolstadt.de/index.php?id=122&tx_ttnews[tt_news]=3724&cHash=689adaf0f51ae4a993f1458c409105c0), abgerufen am 15.01.2011

***Persönliche Gespräche:***

Samwald, Oliver (Pressesprecher/FC Ingolstadt 04): Arbeit mit den Medien während des Public Viewings. Gespräch, 14.11.2010

## **ANHANG**

## **Codebuch**

### **Untersuchungseinheit**

Untersuchungseinheit ist die gesamte aktuelle Berichterstattung vom 01.01.2010 bis 31.07. 2010 zum Thema Public Viewing auf dem Ingolstädter Rathausplatz in der regionalen Tageszeitung Donaukurier.

### **Analyseeinheiten**

Artikel sind graphische Einheiten mit eigenständiger Überschrift. Wenn ein Artikel auf einer vorhergehenden Seite angekündigt wird (beispielsweise auf der Titelseite mit „Fortsetzung Seite 20“ oder „Seite 20“), sind beide Artikel gesondert voneinander zu codieren.

### **Vorgehensweise beim Codieren**

Vor der Verschlüsselung des Artikels muss er zunächst einmal komplett gelesen werden. Erst wenn dies geschehen ist werden die einzelnen inhaltlichen Merkmale codiert. Sogenannte „Tweeties“, das heißt fett markierte oder umrandete Passagen eines Artikels, die einzelne Satzteile oder Aussagen wiederholen werden nicht codiert.

### **Formale Merkmale der Artikel**

#### **Datum**

Hier wird das Erscheinungsdatum der Zeitung, beziehungsweise das Datum der Veröffentlichung auf der Homepage eingetragen. Ist er Artikel in einer Wochenendausgabe des Donaukuriers erschienen ist das Veröffentlichungsdatum zu kodieren.

Datumsangabe des Tages: 1-31

Datumsangabe des Monats: 1-7



## Rubrik

Hier wird verschlüsselt, in welchem Ressort des Mediums der Artikel erschienen ist.

1	Titelseite
2	Lokales
3	Anderes

## Platzierung

Bei der Platzierung ist anzugeben auf welcher Seite der Beitrag beginnt.

## Umfang

Der Umfang wird durch die Anzahl der Zeilen eines Berichts ermittelt. Hierbei spielt die Länge der einzelnen Zeilen keine Rolle. Bildunterschriften, Überschriften und Zwischenüberschriften werden wie die anderen Zeilen gezählt.

## Stilform

## Inhaltliche Merkmale

### Bezug zum FC Ingolstadt 04

Bezug zum FC Ingolstadt 04 besteht, wenn der Verein im Artikel vorkommt. Dies ist der Fall, wenn ein Vertreter des Vereins im Artikel zitiert wird oder der FC Ingolstadt 04 erwähnt wird. Der FC Ingolstadt 04 gilt also als im Artikel vorkommend, wenn er namentlich erwähnt wird, auf ihn als Veranstalter des Public Viewings Bezug genommen wird oder ein Vertreter des Vereins namentlich genannt wird.

0	Kommt nicht vor
1	Kommt vor

## **Umfang der Berichterstattung über den FC Ingolstadt 04**

Hier ist festzuhalten wie viele Zeilen innerhalb eines Artikels die Berichterstattung über den FC Ingolstadt 04 einnimmt. Die Zeilen werden unabhängig von ihrer Länge gezählt. Thema

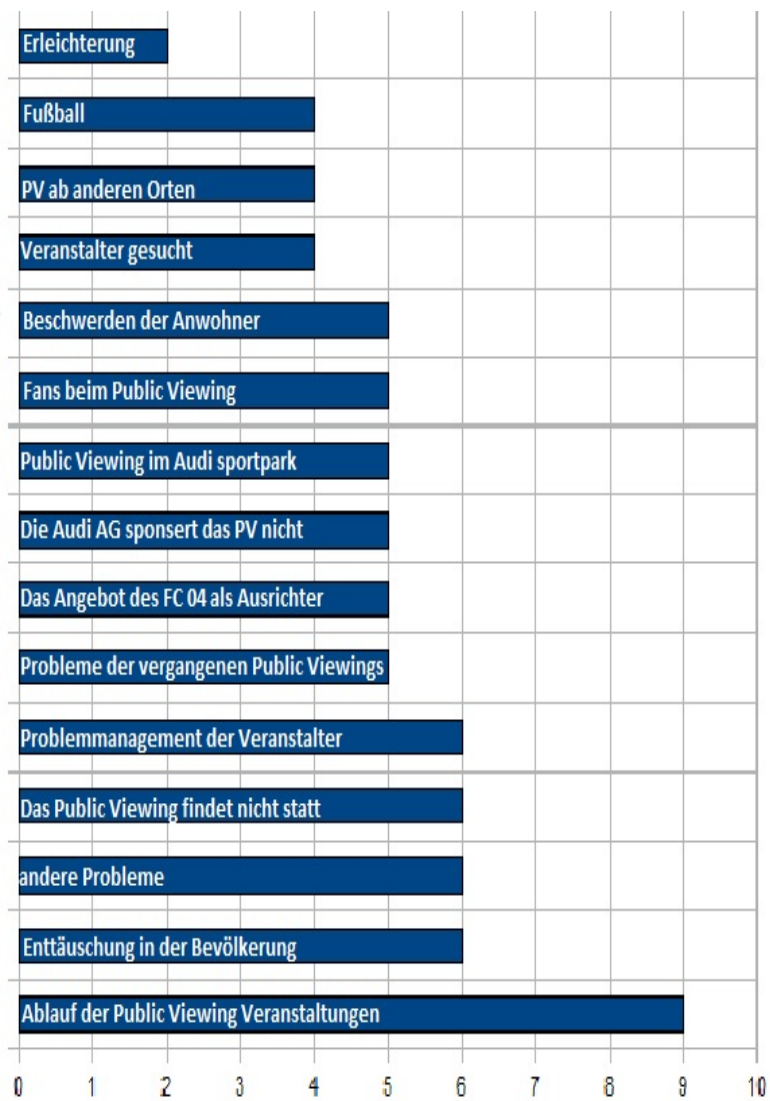
## **Personen**

Hier wird festgehalten, welche Personen in dem Artikel direkt oder auch indirekt zitiert werden. Wenn mehrere Personen einer Kategorie in dem Artikel zitiert werden, wie zum Beispiel der Pressesprecher der Stadt Ingolstadt Gerd Treffer und Oberbürgermeister Alfred Lehmann sind beide extra zu berücksichtigen.

1	Journalist
2	Leser (Leserbrief)
3	Vertreter des FC Ingolstadt 04
4	Lorenz Stiftl (oder Vertreter)
5	Vertreter der Stadt Ingolstadt
6	Besucher des Public Viewings oder Betroffener ( z.B. Anwohner)
7	Vertreter der EKM GbR
8	Andere

## Themen:

Nach folgenden Themen wurden die Artikel untersucht:



Anzahl der Artikel

### **Selbstständigkeitserklärung**

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe und nur unter der Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Alle teile, die wörtlich oder sinngemäß einer Veröffentlichung entstammen, sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde noch nicht veröffentlicht oder einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

---

Ingolstadt, den 23. Februar 2011